

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012) Penelitian Kuantitatif sendiri adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism* guna meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dalam menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sementara yang dimaksud deskriptif menurut Sugiyono (2012) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Penelitian ini bertujuan membuktikan hubungan korelasional dan hubungan kausal maka peneliti menggunakan metode kuantitatif. Lebih jelasnya lagi untuk membuktikan hubungan korelasional dan hubungan kausal peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif kausal. Istijanto (2012: 31) di dalam riset kausal peneliti akan berusaha dan bertujuan untuk menentukan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel lain. Dimana didalam penelitian ini peneliti menganalisis hipotesis yang akan diuji kebenarannya dengan uji korelasional antara tiap variabel dan analisis regresi untuk mengetahui sebab akibat serta pengaruh antara sebuah variabel dengan variabel yang lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan isi pesan kritik “humor politik” tentang kinerja Gubernur DKI Jakarta terhadap sikap *reviewer*.

### 3.2 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan batasan dalam melakukan penelitian diantaranya :

1. Variabel Bebas (Independen) adalah variabel Terpaan pesan Kritik (Media Exposure) dan Variabel Terikat (Dependen) adalah Sikap (Kognitif dan Afektif)
2. Sample yang dijadikan obyek penelitian hanya ada dalam facebook fanspage humor politik.

### 3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan online kepada sample responden yang berada di Halaman Facebook Fanspage “Humor Politik” . Dimana para responden melakukan pertukaran pendapat, Sedangkan pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2019.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2012 : 81). Jumlah populasi secara keseluruhan adalah seluruh *reviewer* di fanpage “Humor Politik” media sosial *Facebook* yang memiliki karakteristik:

- a. *Reviewer* di fanpage “Humor Politik” media sosial *Facebook*
- b. *Reviewer* yang mengklik like fanpage “Humor Politik” media sosial *Facebook*
- c. *Reviewer* yang memberikan komentar di fanpage “Humor Politik” media sosial *Facebook*

Pada tahun 2019 fanspage facebook humor politik memiliki Populasi dalam penelitian ini berjumlah 724445 responden namun seiring

berkembangnya waktu pada tahun 2020 populasi dalam fanaspage facebook ini tercatat sebesar 867.999



**Gambar 3.4.1 Facebook Fanspage Humor Politik**

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2012). Sementara Arikunto (2010:109) menjelaskan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Selanjutnya apa yang dipelajari dari sampel itu akan dapat diberlakukan untuk populasi. Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni *reviewer* yang berjumlah 724.445 *netizen* di fanpage “Humor Politik” media sosial *Facebook* yang memenuhi karakteristik diatas. Penentuan sampel berdasarkan rumus slovin (Sugiyono, 2006).

$$n : \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$724445$$

$$N = \frac{724445}{1 + (724445 \times (0.10)^2)}$$

$$1 + (724445 \times (0.10)^2)$$

$$N = 124.9862 \text{ (dibulatkan menjadi 125 responden)}$$

Keterangan: n : sampel

N : Ukuran populasi

e : taraf kesalahan (10%)

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogeny. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*, yakni cara pengambilan secara acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 125 *Netijen di fanpage* “Humor Politik” media sosial *Facebook* yang memenuhi karakteristik diatas yang dipilih secara acak.

## 3.5 Variabel Penelitian

### 3.5.1 Jenis Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Variabel dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel sebagai variabel yaitu Terpaan Isi Pesan Kritik “Humor Politik” sebagai variabel bebas (independen) dan Sikap *Netijen* sebagai variabel terikat (dependen).

### 3.5.2 Definisi Konsepsional Variabel

Definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun dan Efendi (2013: 43). Berdasarkan pengertian tersebut maka definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Terpaan Isi Pesan Kritik “Humor Politik” (X) : Terpaan merupakan durasi, frekuensi, dan atensi seseorang untuk melakukan kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan melalui media massa atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan yang terjadi pada individu. Anderson dalam (Rakhmat, 2005:52). Indikator Terpaan Isi Pesan Kritik “Humor Politik” (Sissors & Bumba (1996):

1) Frekuensi

- a) Berapa kali melihat pesan kritik
- b) Penayangan pesan kritik lebih sering
- c) Penulisan dalam pesan kritik lebih banyak sehingga informasi lebih dipahami

2) Intensitas (durasi)

- a) Lama waktu melihat pesan kritik
- b) Penayangan pesan kritik tidak menyita waktu
- c) Menyaksikan pesan kritik sampai selesai karena music/backsound pesan kritik

3) Atensi

- a) Perhatian penyampaian pesan dalam pesan kritik
- b) Perhatian pada bahasa dalam pesan kritik
- c) Perhatian pada penampilan konten pesan kritik
- d) Perhatian pada tagline
- e) Perhatian pada latar belakang pesan kritik
- f) Perhatian pada model/ bintang pesan kritik
- g) Perhatian pada adegan model/ bintang pesan kritik
- h) Perhatian pada ilustrasi gambar pesan kritik

- b. Sikap *Netijen* (Y) menurut Assael (2011 : 368) adalah kecenderungan konsumen menjawab dengan baik atau tidak baik terhadap pesan kritik tertentu. Menurut Azwar (2011:23) sikap terdiri dari 3 komponen yang saling menunjang yaitu namun peneliti menggunakan 2 komponen saja yaitu :

1) Komponen kognitif (komponen perceptual)

Komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana persepsi orang terhadap objek sikap.

- a) *Knowledge* (pengetahuan tentang terhadap unsur- unsur pesan kritik)
- b) *Relevance* (kesesuaian pesan kritik)

2) Komponen afektif (komponen emosional)

Komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau rasa tidak senang terhadap objek sikap yang selanjutnya dapat menunjukkan arah sikap terhadap objek baik positif atau negatif.

- a) *Liking* (Kesukaan)
- b) *Preference* (Keyakinan)
- c) *Enjoyment/entertainment* (Menghibur)

### 3.5.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Adapun definisi operasional variable dijabarkan pada table berikut:

**Tabel 3.5.3 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Sub variable	Indikator	Detail Pertanyaan
Terpaan Penayangan Pesan kritik (Sissors & Bumba (1996)		1. Frekuensi	a. Berapa kali melihat pesan kritik
			b. Penayangan pesan kritik lebih sering
			c. Penulisan dalam pesan kritik lebih banyak sehingga informasi lebih dipahami
		2. Intensitas	a. Lama waktu melihat pesan kritik

		(durasi)	b. Penayangan pesan kritik tidak menyita waktu
			c. Menyaksikan pesan kritik sampai selesai karena music/ backsound pesan kritik
		3. Atensi	a. Perhatian penyampaian pesan dalam pesan kritik
			b. Perhatian pada bahasa dalam pesan kritik
			c. Perhatian pada penampilan konten pesan kritik
			d. Perhatian pada tagline
			e. Perhatian pada latar belakang pesan kritik
			f. Perhatian pada model/ bintang pesan kritik
			g. Perhatian pada adegan model/ bintang pesan kritik
			h. Perhatian pada ilustrasi gambar pesan kritik
Sikap (Laghi, Baiocco, & D'Alessio, 2012)	Kognitif	a. <i>Knowledge</i> (Pengetahuan tentang terhadap unsur- unsur pesan kritik)	a. Mengetahui siapa Bintang Pesan kritik
			b. Mengetahui Slogan yang ditampilkan dalam pesan kritik
			c. Mengetahui Logo/merek dalam pesan kritik
			d. Memahami maksud Alur Cerita yang ditampilkan dalam pesan kritik

			e. Memahami Isi Pesan Pesan kritik yang disampaikan
			f. Memahami manfaat dan keuntungan dari pesan kritik yang ditayangkan
			g. Mengetahui Perusahaan dari produk yang sedang dipesan kritikan
		b. <i>Relevance</i> (kesesuaian pesan kritik)	a. Isi pesan yang ditampilkan dalam pesan kritik mudah dipahami
			b. Konsep pesan kritik yang ditampilkan sesuai dengan karakteristik produk yang sedang di bangun
			c. Musik yang ditampilkan dalam pesan kritik sesuai dengan karakteristik produk
	Afektif	a. <i>Liking</i> (Kesukaan)	a. Menarik terhadap isi pesan
			b. Menarik terhadap visualisasi pesan kritik
			c. Menarik terhadap bintang pesan kritik/ <i>Endoser</i>
			d. Menarik terhadap slogan
			e. Menarik terhadap logo
			f. Menarik terhadap alur cerita
			g. Menarik terhadap penampilan pesan kritik secara keseluruhan
		b. <i>Preference</i> (Keyakinan)	a. Percaya/yakin terhadap kebenaran isi pesan kritik
			b. Keyakinan pada kualitas produk yang ditampilkan



		c. <i>Enjoyment/entertainment</i> (menghibur)	a. terhibur dengan pesan kritik yang ditampilkan b. nyaman terhadap pesan kritik yang ditampilkan c. mudah mengingat pesan kritik yang ditampilkan
--	--	--	--

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan jenis data yang ada dalam penelitian ini yaitu:

#### 3.6.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi) Arikunto, (2012). Data Primer dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan:

##### a. Angket/Kuesionare

Menurut Arikunto (2012), Kuisisioner/angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Angket tersebut pada akhirnya diberikan kepada responden untuk dimintakan jawaban. Selanjutnya angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis angket tertutup dengan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2012:93) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Bentuk dari skala tersebut menggunakan alternatif 5 pilihan jawaban yang harus diisi oleh subjek. Jenis pernyataan yang diajukan ada dua yaitu *favourable* yaitu merupakan pernyataan yang berisikan hal positif atau

pernyataan yang bersifat mendukung. (Azwar, 2011). Berikut adalah sistem penilaian jenis item tersebut :

**Tabel 3.6.1 Penilaian Instrumen Penelitian**

Jawaban	Skor Favourable
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 1. Proses penyebaran kuesioner

Kuesioner disebarkan melalui facebook melalui akun teman peneliti, dan sebagai alternatif juga menggunakan google form kepada reviewer yang berada dalam fanspage facebook humor politik tersebut. Data disebarkan pada tahun 2019.

### 3.7 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dalam angket penelitian dilakukan untuk menguji valid atau tidaknya item instrumen penelitian. Validitas item angket ini ditentukan dengan rumus koefisien korelasi Pearson Product Moment melalui uji t yaitu Jika  $r_{hitung} > r_{table}$  dengan taraf kepercayaan 95% dan  $dk = n - 2$  maka butir soal dinyatakan valid dan jika sebaliknya maka butir soal tidak signifikan atau tidak valid. Pada perhitungan validitas penelitian ini penulis menggunakan bantuan software SPSS versi 14.0.

Validitas berkenaan dengan ketepatan alat ukur atau angket, dalam penelitian ini item-item pernyataan terlebih dahulu dihitung nilai korelasinya dengan rumus yang dikemukakan oleh Pearson atau lebih dikenal dengan rumus *Pearson Product Moment* ( $r_{hitung}$ ), sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r$  = Korelasi

$X$  = Skor setiap item

$Y$  = Skor total dikurangi item tersebut

$N$  = Ukuran sampel

Hasil uji validitas dalam penelitian ini akan terbagi dalam 2 variabel, yaitu variabel terpaan pesan kritik dan variabel sikap. Sementara hasil uji validitas variabel terpaan pesan kritik akan terbagi lagi menjadi 3 sesuai dengan komponen dalam terpaan pesan kritik, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi.

### 3.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini merupakan analisa instrumen secara keseluruhan. Untuk koefisien dari reliabilitas penelitian ini menggunakan dasar penjelasan oleh Azwar (2011:35) yang menyatakan bahwa koefisien reliabilitas yaitu berada pada rentang angka 0 sampai dengan 1,00. Semakin nilai koefisien mendekati angka 1,00 maka instrumen semakin ajeg dan handal. Penelitian ini menggunakan pendekatan satu kali pengukuran dengan menggunakan metode teknik koefisien *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) dengan rumus sebagai berikut (Idrus,2010:143):

$$\alpha = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

$n$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_i^2$  = varians skor setiap item

$\sigma_1^2$  = varians skor total

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain skala yang digunakan akan memiliki hasil yang konsisten apabila digunakan kembali pada penelitian selanjutnya. Peneliti menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dimana suatu instrumen dikatakan handal (reliabel) apabila memiliki nilai koefisiensi keandalan atau *alpha* sebesar 0,60 atau lebih.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini juga akan terdiri dalam 2 variabel, yaitu variabel terpaan pesan kritik dan variabel sikap.

### **3.9 Teknik Analisa Data**

#### **3.9.1 Analisis Deskriptif**

Dalam menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dan kelompok subjek yang diteliti Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

- a. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari Netijen, berdasarkan jenis kelamin.
- b. Penelitian ini memiliki dua dimensi yaitu kognitif dan afektif. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis deskripsi statistik sehingga diperoleh nilai minimum, nilai maksimum, nilai median (Me), dan Standar Deviasi (SD).
- c. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Data tersebut akan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi.

Analisis Deskriptif persentase secara umum adalah mendeskripsikan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara mengklasifikasikan skor dari data yang diperoleh sebelum dilakukan perhitungan persentasinya. Pengklasifikasian analisis deskriptif ini menggunakan rumus:

$$\text{Lebar interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya interval}}$$

Setelah melakukan pengklasifikasian dilanjutkan dengan melakukan perhitungan persentase dari data yang didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan:

- P = Persentase jawaban responden
- F = Frekuensi jawaban responden
- N = Jumlah banyaknya responden

Teknik analisis data harus dilakukan dengan hati-hati guna menjawab secara tepat rumusan masalah penelitian serta menguji hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini. Secara garis besar teknik analisa data meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Menghitung, memeriksa, kelengkapan beberapa pengisian angket yang dilakukan oleh responden
- b) Memberikan bobot nilai untuk jawaban angket, yaitu dengan nilai 5 sampai dengan 1 untuk item positif dan sebaliknya untuk item negatif.
- c) Menyusun nilai dan menghitung skor angket.
- d) Mentabulasikan data dengan langkah-langkah sebagai berikut :
  - a) Menghitung skor yang diperoleh dari tiap responden.

### 3.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan karena terjadi sebuah fenomena yang terdiri dari sebuah variabel bebas (X) dan sebuah variabel terikat (Y). Adapun persamaan regresi linier ganda yang digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \mu$$

Keterangan:

Y = Terpaan pesan kritik

X<sub>1</sub> = Sikap masyarakat

β<sub>0</sub> = Konstanta

β<sub>1</sub> = Koefisien X<sub>1</sub>

μ = Unsur sisa

### 3.11 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### 3.12 Pengujian Hipotesis (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Sugiyono, 2013). Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $t < 0.05$  (5%) dan pada tingkat derajat bebas  $df = n - k - 1$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.